

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, REPUTASI,
DAN HARGA PREMI ASURANSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMEGANG POLIS
DALAM MEMILIH ASURANSI BUMIPUTERA 1912 (STUDI KASUS PADA
ASURANSI JIWA BERSAMA BUMIPUTERA 1912 KANTOR CABANG ASKUM
SEMARANG)**

Intan Hidayatillah¹, Sri Suryoko² dan Bulan Prabawani³
asthromeria92@gmail.com

ABSTRACT

This research was motivated by the phenomenon of the development of services that controls 72 per cent and 67 per cent of gross domestic product (GDP) in developed countries around the world (Christopher Lovelock , 2007: 7) . One of the services needed by society today is insurance . This is why the competition between insurance companies is very sharp which is characterized by the emergence of new insurance companies , so the competition will be intense . Life Insurance is one of the set of branches of AJB Bumiputera 1912 that provides insurance services to a group or collection and also always give the best to the policyholders . Bumiputera prove that the policyholder satisfaction on the product by obtaining Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) , Top Brand Award , and gaining recognition as a leading insurance company in Indonesia for 10 consecutive years from 2003 until 2013 (Company Profile AJB Bumiputera 1912) , but the achievement of policy from 2010 to 2013 never reached the target .

The purpose of this study was to determine the effect of quality of service , reputation and price premiums to the policyholder 's decision in choosing the group life insurance products (askum) AJB Bumiputera 1912 Semarang . This type of research is explanatory research , with data collection through questionnaires and interviews . Sampling technique using purposive sampling technique . The sample in this study amounted to 76 respondents who are policyholders AJB Bumiputera 1912 Askum branch office in Semarang . This study used quantitative analysis techniques . Quantitative analysis using validity , reliability test , correlation coefficient , simple and multiple regression analysis , the coefficient of determination , tests of significance (t test and F test) with rock SPSS for windows version 20.0 . The results of this study indicate that the quality of service (X1) , reputation (X2) and the price premium (X3) partially and simultaneously influence the purchase decision (Y) .

Based on the research results , the researchers suggested that the company further improve the quality of care in the form of making the system claims handling standards , maintaining product quality and post various Bumiputera achievement on the internet in order to raise the reputation of the company as well as providing a policy to lower the insurance money so that premium rates can be quite low but still with good service and benefits are balanced so as to increase group life insurance purchasing decision AJB Bumiputera 1912 Semarang.

Keywords : quality of service , reputation , price premiums , purchasing decisions

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena perkembangan jasa yang menguasai 72 persen dan 67 persen produk domestik bruto (PDB) di negara-negara maju di seluruh dunia (Christopher Lovelock, 2007:7). Salah satu jasa yang semakin dibutuhkan masyarakat dewasa ini ialah jasa asuransi. Hal ini yang menyebabkan persaingan antar perusahaan asuransi sangat tajam yang ditandai

¹Intan Hidayatillah, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, asthromeria92@gmail.com

²Dra Sri Suryoko, M. Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Bulan Prabawani, S. Sos, MM, Ph. D., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

dengan munculnya perusahaan-perusahaan asuransi baru, sehingga persaingan tersebut akan semakin ketat. Asuransi Jiwa Kumpulan merupakan salah satu kantor cabang dari AJB Bumiputera 1912 yang menyediakan jasa asuransi untuk kelompok atau kumpulan dan juga selalu memberikan yang terbaik untuk para pemegang polisnya. Bumiputera membuktikan bahwa pemegang polis merasakan kepuasan pada produk dengan diperolehnya *Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA)*, *Top Brand Award*, dan mendapatkan pengakuan sebagai perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia selama 10 tahun berturut-turut dari tahun 2003 hingga tahun 2013 (*Company Profile* AJB Bumiputera 1912), namun pencapaian target polis dari tahun 2010 sampai 2013 tidak pernah mencapai target.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, reputasi dan harga premi terhadap keputusan pemegang polis dalam memilih produk asuransi jiwa kumpulan (askum) AJB Bumiputera 1912 Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 76 responden yang merupakan pemegang polis AJB Bumiputera 1912 kantor cabang Askum Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t dan uji F) dengan bantuan SPSS for windows version 20.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1), reputasi (X_2) dan harga premi (X_3) secara parsial maupun simultan mempengaruhi keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanan berupa membuat sistem standar penanganan klaim, menjaga kualitas produk dan *memposting* berbagai prestasi Bumiputera di internet agar dapat menaikkan reputasi perusahaan serta memberikan kebijakan untuk menurunkan uang pertanggungan sehingga tarif premi bisa cukup rendah namun tetap dengan pelayanan yang baik dan manfaat yang seimbang sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian asuransi jiwa kumpulan AJB Bumiputera 1912 Semarang.

Kata kunci : kualitas pelayanan, reputasi, harga premi, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan perumahan juga semakin meningkat. Begitu juga halnya kebutuhan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Hal inilah yang disebut dengan *great leap forward* atau kemajuan luar biasa di sektor jasa (Lupiyoadi, 2006:2).

Jasa merupakan bagian terbesar perekonomian sekarang ini, jasa menguasai 72 persen dan 67 persen produk domestik bruto (PDB) di negara-negara maju di seluruh dunia (Lovelock, 2007:7). Salah satu jasa yang semakin dibutuhkan masyarakat dewasa ini ialah jasa asuransi.

Kebutuhan akan jasa perasuransian makin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko kematian, atau dalam menghadapi resiko atas harta benda yang dimiliki. Demikian pula dunia usaha dalam menjalankan kegiatannya, menghadapi berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Walaupun banyak metode untuk menangani resiko, namun asuransi merupakan metode yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap resiko yang dihadapi perorangan maupun resiko yang dihadapi perusahaan (*Company Profile* AJB Bumiputera 1912).

Dunia perasuransian di Indonesia dewasa ini mengalami persaingan antar perusahaan asuransi yang sangat tajam yang ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan asuransi baru, sehingga persaingan tersebut akan semakin bertambah ketat. Konsekuensi dari adanya persaingan-persaingan yang semakin tajam ini, akan memunculkan tiga kemungkinan yang dihadapi suatu perusahaan yaitu mundur dari kegiatan usahanya, bertahan dengan kegiatan usaha yang telah dilakukan, atau tetap unggul bahkan semakin berkembang. Situasi ini menyebabkan pihak perusahaan asuransi dituntut untuk segera melakukan langkah-langkah penyesuaian kebijakan dan antisipasi untuk menghadapi perubahan selanjutnya.

AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang, sebagai suatu lembaga atau institusi yang merupakan pelaku ekonomi juga tidak bisa lepas dari persaingan. Sebagai salah satu perusahaan asuransi tertua di Indonesia (berdiri sejak tahun 1912) AJB Bumiputera 1912 telah puluhan tahun dipercaya oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu perusahaan asuransi yang memang mampu memberikan jaminan dalam asuransi jiwa dan pendidikan. Walaupun dalam perkembangannya banyak mendapatkan persaingan dari beberapa perusahaan asuransi yang memang tergolong baru, tetapi AJB Bumiputera 1912 tidak sedikitpun berpikir untuk mengalah dari para pesaingnya.

Persaingan dalam bisnis asuransi, termasuk jasa penawaran produk program asuransi baru, kini semakin ketat. Apalagi melihat banyaknya perusahaan asuransi baru baik dari luar negeri maupun dari perusahaan dalam negeri, yang memberikan berbagai penawaran menarik. Jika tujuh sampai sepuluh tahun yang lalu, untuk memperoleh pemegang polis baru sangat sulit, karena kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya asuransi. Akan tetapi saat ini kondisinya sudah berbeda. Karena kesadaran akan pentingnya asuransi sudah mulai berkembang dikalangan masyarakat maka banyak tumbuh dan berkembangnya perusahaan asuransi dari dalam maupun luar negeri di Indonesia untuk memperebutkan pangsa pasar yang masih luas. Program asuransi bukan lagi sebagai hal yang tidak penting bagi masyarakat, karena mengingat semakin tingginya resiko yang dapat terjadi bagi setiap orang yang dapat menyebabkan kerugian, baik secara fisik maupun finansial. Dengan begitu memicu juga mengenai pertumbuhan industri asuransi yang berkembang pesat di Indonesia, sehingga persaingan antara perusahaan – perusahaan asuransi (baik perusahaan asuransi negara ataupun perusahaan asuransi swasta) semakin ketat. Saat ini dengan banyaknya perusahaan asuransi yang ada, mempermudah calon pemegang polis untuk memilih dan menentukan keinginannya.

Dalam industri asuransi, setiap pemegang polis memiliki kriteria sendiri-sendiri untuk memilih perusahaan asuransi yang diinginkannya. Ada pemegang polis yang menginginkan suatu perusahaan asuransi bisa memberikan keuntungan lebih selain proteksi diri seperti bunga investasi yang tinggi. Ada pula pemegang yang menginginkan layanan yang lebih cepat, efisien, reputasi yang baik, dan harga (premi) yang bisa terjangkau.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan sebuah penelitian untuk mengetahui Keputusan Pembelian Jasa Asuransi AJB Bumiputera Kc. Askum Semarang. Untuk itu dalam hal ini akan dibuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi, dan Harga Premi Asuransi Terhadap Keputusan Pemegang Polis Dalam Memilih Asuransi Bumiputera 1912 (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Askum Semarang).**

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pemegang polis dalam memilih produk Askum AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang?
2. Bagaimana pengaruh reputasi perusahaan terhadap keputusan pemegang polis dalam memilih produk Askum AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pemegang polis dalam memilih produk Askum AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, dan harga secara simultan terhadap keputusan pemegang polis dalam memilih produk Askum AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang?

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik (Lupiyoadi, 2006:68)

Setiap perusahaan pasti ingin memberikan yang terbaik bagi pengguna jasanya, dan konsumen pasti menginginkan pelayanan yang baik dan memuaskan.

Lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (Lupiyoadi, 2006:182) adalah:

- a. Keandalan (*Realibility*)
Kemampuan asuransi Bumiputera 1912 untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan. Adapun indikatornya ialah:
 - 1)Kecepatan dan ketepatan dalam penerbitan polis.
 - 2)Kemudahan Prosedur administrasi pembayaran premi.
 - 3)Keramahan para karyawan ketika melayani pemegang polis.
- b. Ketanggapan(*Responsiveness*)
Ketanggapan yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas Adapun indikatornya ialah:
 - 1)Kejelasan informasi secara jelas dan mudah untuk dimengerti.
 - 2)Reaksi cepat tanggap terhadap keluhan pemegang polis.
- c. Kepastian (*Assurance*)
Karyawan/agen asuransi Bumiputera 1912 memiliki pengetahuan yang baik dan dapat dipercaya oleh pemegang polis.Adapun indikatornya ialah:
 - 1)Pengetahuan tentang produk yang ditawarkan agen.
 - 2) Jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.
- d. Empati (*Emphaty*)
Sikap asuransi Bumiputera 1912 dalam memberi perhatian yang bersifat individual kepada para pemegang polisnya. Adapun indikatornya ialah:
 - 1)Perhatian AJB Bumiputera 1912 secara individu kepada pemegang polis.
 - 2)Kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pemegang polis.
 - 3)Kesabaran staf/karyawan dalam memberikan layanan.
 - 4)Kesediaan karyawan/agen dalam membantu kesulitan yang dihadapi pemegang polis.

e. Penampilan fisik (*Tangibles*)

Sikap asuransi Bumiputera 1912 dalam menunjukan eksistensinya yang dapat dilihat, dirasakan langsung oleh pemegang polis. Adapun Indikatornya ialah:

- 1) Kerapian penampilan agen atau staf.
- 2) Kebersihan dan kenyamanan ruangan atau gedung..
- 3) Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh AJB Bumiputera 1912.

Reputasi

Reputasi perusahaan menurut Herbig, Milewic dan Golden (1994) dapat dilihat dari kompetensi perusahaan dan keunggulan dibanding perusahaan lain. Menurut Moorman dan Miner (1997) perusahaan berhasil apabila fokus terhadap bisnis intinya (*core focus*) sehingga pelanggan percaya terhadap keahlian perusahaan. Sedangkan Brown dan Dacin (1992) mengatakan bahwa reputasi sangat penting dari sudut pandang pelanggan dari kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu menurut Dick, Chakravarty dan Biehal (1990) reputasi membentuk kepercayaan sehingga pelanggan menentukan pilihan.

Jadi dari uraian diatas dapat disimpulkan indikator-indikator reputasi yaitu :

1. Kompetensi perusahaan.
2. Keunggulan perusahaan.
3. Kepercayaan terhadap perusahaan.
4. Pengalaman perusahaan.

Harga Premi

Menurut Stanton (2004), harga adalah sejumlah uang yang ditentukan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelanggan yang menyertai. Indikator harga menurut Stanton (2004) adalah :

1. Keterjangkauan harga.
2. Perbandingan dengan merek lain.
3. Kesesuaian dengan kualitas.

Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan merupakan sebuah proses yang mempersatukan pemikiran, pemrosesan informasi, dan penilaian-penilaian secara evaluatif. Keputusan yang diambil oleh seorang konsumen merupakan akhir dari pengamatan dan evaluasi yang dilakukan oleh konsumen tersebut (Kotler, 1997:231)

Tindakan nyata yang dilakukan oleh pemegang polis berupa pembelian jasa asuransi yang ditawarkan oleh asuransi Bumiputera 1912. Adapun tahap-tahap keputusan pembelian produk/jasa sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah
 - a. Kebutuhan pemegang polis tentang penjaminan kemungkinan terjadi resiko yang tidak diinginkan diwaktu mendatang.
2. Pencarian informasi
 - a. Pemegang polis mencari informasi tentang AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang sebelum mengambil keputusan pemakaian jasa.
3. Evaluasi
 - a. Lama waktu memutuskan untuk memilih AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang.
 - b. Mengevaluasi sebelum memilih AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang.
 - c. Meminta pertimbangan anggota organisasi sebelum memilih AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang.

d. Membandingkan dengan perusahaan asuransi lain.

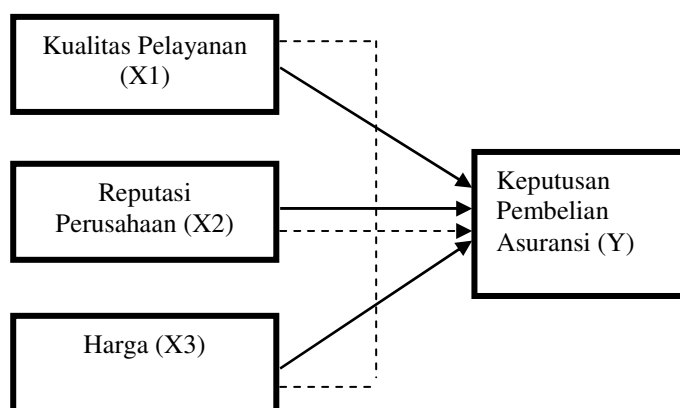
HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 1995:51).

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan produk Askum AJB Bumiputera 1912 KC. ASKUM Semarang.
- 2) Diduga ada pengaruh antara reputasi perusahaan terhadap keputusan pemilihan produk Askum AJB Bumiputera 1912 KC. ASKUM Semarang.
- 3) Diduga ada pengaruh antara harga (premi) terhadap keputusan pemilihan produk Askum AJB Bumiputera 1912 KC. ASKUM Semarang.
- 4) Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan, reputasi perusahaan serta harga secara bersama-sama terhadap keputusan pemilihan produk Askum AJB Bumiputera 1912 KC. ASKUM Semarang.

Gambar 1
Model Hipotesis



Keterangan :

- > = Pengaruh X1, X2, X3 terhadap Y
- > = Pengaruh X1, X2, X3 secara bersama terhadap Y

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan tipe penelitian *eksplanatory research*. *Eksplanatory research* ini ditujukan untuk mengetahui besar kecilnya hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel penelitian (Sugiyono, 2008:11). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, dan wawancara dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala sikap. Skala sikap digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang tentang fenomena sosial. Maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010:133).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemegang polis AJB Bumiputera 1912 kantor cabang askum Semarang. Sampel ialah suatu bagian dari sebuah populasi tertentu (Agung, 2003:2). Dalam penelitian ini menggunakan sample size yang di ambil dari teori Tabachnick dan Fidell (2007: 123).

$$N > 50 + 8m$$

$m = \sum$ variabel independen

$$N > 50 + (8 \times 3)$$

$$= 50 + 24 = 74$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh jumlah responden untuk penelitian ini minimal 74 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010:122).

Teknik Analisis Data

Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah **Analisis Kuantitatif** adalah analisa data dengan menggunakan pengukuran-pengukuran, perhitungan-perhitungan khususnya mengenai pengujian hipotesis yang telah disusun sebelumnya serta menggunakan metode statistik. Teknik ini biasa digunakan untuk menganalisis data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka. Data tersebut diperoleh dari jawaban kuesioner.

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan bahwa suatu pengujian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2007: 122). Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS yang dilihat berdasarkan *corrected item-total correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk (Ghozali 2005:41). Sama dengan uji validitas, uji reliabilitas dalam penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

3. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi merupakan suatu alat statistik yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel ini.

4. Analisis Regresi

a. Analisa Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh langsung masing-masing variabel bebas (*brand awareness*, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan).

b. Analisa Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan secara simultan (bersama-sama) terhadap loyalitas pelanggan, maka digunakan analisis regresi linear berganda.

5. Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengukur presentase variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X).

6. Uji Signifikansi

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Penelitian

No	Uji Hipotesis	Hasil					Keterangan Hipotesis
		Korelasi	Determinasi	Regresi	t Hitung	f Hitung	
1	Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	0,824	67,80%	0,155	12,494		Ha diterima
2	Reputasi terhadap Keputusan Pembelian	0,802	64,30%	1,238	11,54		Ha diterima
3	Harga premi terhadap Keputusan Pembelian	0,589	34,70%	1,126	6,272		Ha diterima
4	Kualitas Pelayanan, Reputasi dan Harga premi terhadap Keputusan Pembelian	0,839	70,40%	0,099 0,526 0,008		57,024	Ha diterima

Sumber : data primer yang diolah, 2014

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah :

1. Variabel kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian diperoleh hasil sebesar 0,678 atau 67,8%, yang berarti bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian, artinya jika kualitas pelayanan semakin baik maka akan mempengaruhi tingginya keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan yang dimiliki AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang termasuk kategori baik. Hal ini dapat diartikan bahwa indikator kualitas pelayanan dimata pemegang polis baik. Hal ini berarti AJB Bumiputera 1912 dalam hal ini Kantor cabang Asuransi kumpulan (ASKUM) Semarang telah berhasil melakukan pelayanan yang sesuai dengan *expectation* pemegang polis, tenaga pemasar/Agen asuransi handal dalam melayani pemegang polis dalam hal ini mampu menjelaskan mengenai masing-masing produk asuransi yang ditawarkan, mampu menangani segala kesulitan atau masalah yang dihadapi pemegang polis, senantiasa bersikap ramah dan sopan terhadap pemegang polis, senantiasa menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan pemegang polis, produk asuransi bagus dan agen asuransinya dapat dipercaya, fasilitas kantor dalam kondisinya baik.

2. Variabel reputasi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,643 atau 64,3% yang berarti bahwa reputasi mempengaruhi keputusan pembelian, artinya jika reputasi semakin baik maka akan mempengaruhi tingginya keputusan pembelian. Reputasi yang dimiliki AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang tergolong dalam kategori baik. Hal ini dapat diartikan bahwa indikator reputasi yaitu perusahaan yang kompeten, unggul dari perusahaan asuransi lain, perusahaan dapat dipercaya serta pengalaman perusahaan dalam mengelola jasa asuransi selama 102 tahun yang dimiliki oleh AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang telah dinilai baik oleh pemegang polis.
3. Variabel harga premi mempengaruhi keputusan pembelian diperoleh hasil sebesar 0,347 atau 34,7% yang berarti bahwa harga premi mempengaruhi keputusan pembelian, artinya jika harga premi semakin murah dengan benefit yang menguntungkan maka akan mempengaruhi tingginya keputusan pembelian. Harga premi asuransi merupakan hal yang sangat sensitif dan penting bagi pemegang polis dalam keputusannya memilih produk asuransi kumpulan AJB Bumiputera 1912.
4. Variabel kualitas pelayanan, reputasi dan harga premi mengakibatkan semakin tinggi keputusan pembelian asuransi kumpulan AJB Bumiputera 1912. Hal Ini berarti faktor kualitas pelayanan, reputasi dan harga premi merupakan dasar pertimbangan pemegang polis sebelum memutuskan memilih produk asuransi kumpulan Bumiputera. Hal ini dapat dilihat dari uji koefisien determinasi kualitas pelayanan, reputasi dan harga premi terhadap keputusan pembelian sebesar 0,704 atau 70,4%. Keputusan pemegang polis dalam memilih produk asuransi kumpulan AJB Bumiputera 1912 termasuk kategori tinggi. Hal ini berarti pemegang polis selalu menjadikan produk asuransi kumpulan menjadi pilihan yang terbaik, alternatif pilihan produk perusahaan lain sebagai pembanding merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengetahui kelebihan produk asuransi kumpulan Bumiputera dan pemegang polis merasa pilihannya sangat tepat.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang dapat dikatakan sudah memberikan pelayanan yang baik kepada pemegang polis, hal ini dapat dilihat dari pendapat responden mengenai pelayanan yang diberikan. Hal tersebut harus dipertahankan supaya nasabah tetap merasa nyaman ketika berurusan dengan AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang. Walaupun sebagian besar responden menilai pelayanan AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang baik, tetapi masih ada sebagian kecil responden berpendapat pelayanan tersebut kurang baik. Pelayanan mengenai, kecepatan proses administrasi, kecepatan pelayanan after sales, kecepatan pengurusan klaim, ketepatan proses administrasi, ketepatan pelayanan after sales, ketepatan pengurusan klaim, kemudahan pengurusan kwitansi resmi, kesopanan agen dalam melayanai, kejelasan menyampaikan informasi klaim, ketanggapan terhadap keluhan klaim dan administrasi, perhatian secara individu, peduli kebutuhan pemegang polis, sabar dalam menjawab pertanyaan

dan kesediaan agen membantu kesulitan pemegang polis dirasakan responden kurang atau tidak sesuai dengan keinginan pemegang polis. Oleh karena itu Bumiputera perlu meningkatkan kecepatannya dalam melayani pemegang polis, melayani sesuai dengan aturan atau ketentuan perusahaan serta melakukan pembinaan terhadap tenaga pemasar agar dapat bersikap lebih baik dalam melayani pemegang polis sesuai dengan *expectation* pemegang polis.

2. Reputasi AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang sudah baik menurut sebagian besar responden sehingga perlu dipertahankan serta berupaya agar lebih ditingkatkan. Akan tetapi, masih ada sebagian kecil responden berpendapat reputasi perusahaan kurang baik. Saran yang bisa diberikan yaitu perusahaan agar *memposting* di situs internet tentang prestasi yang telah dicapai perusahaan seperti penerimaan penghargaan (*Indonesian Best Brand Award, ICSA, Best Product Golden Award dll*). Penghargaan ini akan menaikkan reputasi perusahaan karena dinilai berprestasi dan profesional. Masyarakat bisa melihat dan menilai tentang Bumiputera, sehingga keberadaan perusahaan tetap dipercaya masyarakat. Selain itu, juga mencerminkan bahwa Bumiputera lebih baik reputasinya dibanding pesaingnya. Saran lainnya yang dapat diberikan yaitu diharapkan Bumiputera mampu mengeluarkan produk-produk asuransi yang baru agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam sehingga tetap mampu menguasai pasar dengan produk-produk yang bermacam.
3. Harga atau premi di AJB Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang mempunyai pengaruh yang cukup kuat dalam keputusan pembelian. Premi di asuransi Bumiputera 1912 KC. Askum Semarang dinilai masih kurang menarik dalam artian tergolong mahal, sehingga perlu mendapat perhatian dari perusahaan agar bisa terjangkau oleh calon pemegang polis. Saran yang bisa diberikan untuk perusahaan seperti menurunkan Uang Pertanggungan (UP) dan penggunaan tarif yang rendah. Tarif yang rendah akan berpengaruh pada jumlah UP sehingga premi pun bisa cukup rendah namun tetap dengan pelayanan yang baik dan manfaat yang seimbang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I Gusti Ngurah, 2003, "*Penelitian Sosial: Pengertian dan Pemakaian Praktis*", PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Darmawi, Herman, 2004, "*Manajemen Asuransi*", Alfabeta, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, "*Manajemen Pemasaran* ", Prentice Hall, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, "*Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*", Prenhallindo, Jakarta.
- Lovelock, Christoper, 2007, "*Manajemen Pemasaran Jasa*", Salemba empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, "*Manajemen Pemasaran Jasa*", Salemba empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, "*Manajemen Pemasaran Jasa*", Salemba empat, Jakarta.
- M.Nur Juniadi, 2007, "Analisis Faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk Asuransi Jiwa di Surakarta". **Jurnal Bisnis Strategi** Vol.13 Juli 2007.
- Newstrom, John, 1994, "*Pedoman Penyelia*", CV Teruna Grafika, Jakarta.
- Pachrur Huda dan Sujito, 2012, "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kerugian Yang di mediasi oleh kepercayaan nasabah (studi kasus pada PT. Asuransi kerugian jasa indonesia cabang semarang tahun 2012)," **Jurnal Bisnis Strategi** Vol.13 Juli 2012.
- Robbins, 2008, "*Perilaku Organisasi*", Salemba Empat, Jakarta.

- Ruslan, Rusadi, 2006, "*Manajemen Public Relation*", Erlangga, Jakarta.
- Salim, Abas, 1998, "*Asuransi dan Manajemen Risiko*", Erlangga, Jakarta.
- Simamora, Bilson, 2003, "*Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*", Rineka Cipta, Jakarta.
- Simamora, Bilson, 2004, "*Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan*", Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono, 1995, "*Metode Penelitian Bisnis*", Alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono, 1999, "*Metode Penelitian Bisnis*" Cetakan pertama, Alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono, 2004, "*Metode Penelitian Bisnis*", Alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono, 2006, "*Metode Penelitian Bisnis*", Alfabeta, Jakarta.
- Sugiyono, 2008, "*Metode Penelitian Bisnis*", Alfabeta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2001, "*Strategi Pemasaran*", Edisi Pertama, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, "*Service, Quality & Satisfaction*", Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2006, "*Strategi Pemasaran*", Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.